



低碳生活代表着更健康、更自然、更安全的生活,同时也是一种低成本、低代价的生活方式。低碳不仅是企业行为,也是一项符合时代潮流的生活方式。

不要让“低碳”成为空谈

每天的生活中,做了什么有利于减少二氧化碳排放的事情?随手关灯?垃圾分类?旧物利用?使用清洁能源?少坐飞机?少开车……

我们使用的涂料、地板等家居产品,从原料采集到生产过程,再到运输过程等方面,是否做到了节能减排并对环境友好?

材料的回收再利用是降低碳排放的有效方式,将普通的材料转变成居家产品甚至是精彩的艺术品,在这方面我们是不是可以大有作为?

建筑节能已经被倡导很多年,然而落到实处障碍不小,从建筑构造、节能产品到采暖制冷方式,有什么切实可行的办法能够让每天的生活减少能源消耗?

勿以善小而不为,一点点低碳的行为,都是对地球的关怀。

建筑节能不能光靠高科技

近日,2010年上海世博会中国馆

总设计师、中国工程院院士、华南理工大学建筑学院院长何镜堂教授在一次研讨会上,以2010年世博会中国馆为例,讲述新材料和新技术在低碳、环保的绿色建筑中的运用,并与参会者现场交流。

据何镜堂介绍,中国馆构思来源于中国文化,是中国建筑文化中多种元素的整合,且其建筑空间布局非常注重节能环保。比如:架空的设计使得基底平台能自然通风,而层叠出挑的造型起了遮阳作用,还能达到冬暖夏凉的效果;冬季遇上大晴天,平台能有6个多小时沐浴在阳光里,取暖上节能不少。

何镜堂表示,在社会大力提倡低碳、环保的今天,绿色建筑已不单是绿化的问题,而是朝着节水、节电的节能方向发展。“绿色建筑的建设在投资前期花费比较大,但建筑是几十年甚至百年大计,不能光看重前期投入,还要考虑若不进行低碳、环保设计,长期运营过程中在空调、照明、

取暖、人力等方面的成本会是怎样的。”何镜堂还特别指出,建筑节能不能光靠高科技,“有经济条件的运用高科技,如新型玻璃等材料。但最主要的是要在规划的时候就从地形、采光、通风、朝向等自然环境考虑,充分利用自然条件使建筑冬暖夏凉,节省能源。”

而对于城市的建筑风格,何镜堂认为,任何事物都具有时代性,建筑是一个时代的繁衍物,必须跟时代的思想和科学技术结合,在传承传统文化的基础上进行创新。

房屋销售将明示节能标准

住建部政策研究中心负责人日前透露,现有的330亿平方米住宅中,真正达到节能标准的不足2%,今后要对新建住宅推行“建筑节能标识制度”。住建部专家同时呼吁住宅销售时最好能精装修完毕,以避免二次装修造成的浪费。

住建部政策研究中心副主任王珏林坦承,“十一五”期间建筑节能任务落实情况不太理想。其原因除了政策标准和实施力度不足外,主要还是因为长期以来技术落后和生产方式粗放,“目前我们既有建筑住宅总330亿平方米,真正达到节能的不足2%。”

他明确表示,今后将首先完善“建筑节能”的一系列标准体系,其中新建建筑将推行建筑节能标识制度。开发商在房屋销售环节应向广大消费者明示“节能标识”,并在房屋使用说明书、房屋质量保证书内承诺工程质量、建筑节能设计、使用方法等。

王珏林建议住宅销售时即精装修完毕,以避免二次装修造成的巨大浪费和破坏。建筑材料也应推广像积木一样的成品化组装材料,而不是一块一块地砌砖。“建筑循环利用有巨大的空间,也有巨大的利润。”

(姜葳)

“低碳”不能仅仅是穷人的时尚

低碳生活能走红,当然算是社会幸事,因为这关系到我们生存的环境,在不久的将来,还能继续提供给我们所需的一切。但低碳以这种近乎于无奈的方式流行,又是我们最大的不幸。这种健康且需要得到推广的生活方式,并非源于自觉自愿,而成了某种被迫行为。

与此同时,我们来看看另一组数据。2009年全球奢侈品消费集体缩水,中国却“风景这边独好”。中国社科院等机构近日发布的《2010年商业蓝皮书》指出,截至去年底,中国奢侈品消费总额已增至94亿美元,首次超越美国,成为世界第二大奢侈品消费国,仅次于日本。未来5年,中国奢侈品消费市场预计达146亿美元,成为全球第一。

两相对比,给人的印象就是,一边是无房无车的穷人,在热闹地响应全球流行的低碳时尚,一边却是富人,在大量地炫富消费,并为此造成出众多的浪费和垃圾。生存环境是共有的,人为给环境带来的损害,是不论穷人还是富人都要承受的结果。但现在却成了——富人在无所顾忌地消耗资源、损害环境,穷人却在约束自己做“低碳一族”,还要共同承受环境恶化的苦果。

环保在经济领域的一个重要反映,就是不利于环境保护的稀缺资源必然会被标以高价,提供给有能力消费它的人。但一个拥有财富伦理的富人群体,不应该是以标榜自己消费得起这样的稀缺资源为荣。相反,一个有能力消费这些资源的富人,却选择了造福大众以及子孙后代,拒绝这样的奢侈消费,才更能体现出与其社会地位相称的道德高度,并赢得众人的尊敬。

财富是自己的,如何消费确实是个人私事,但其中反映出的财富伦理,却会影响到整个社会的消费风气。一个健康消费氛围的形成,有赖于作为消费主体和引领地位的富人的主动选择,而不能仅靠穷人的被动为之。穷人的“低碳”和富人的“奢侈”,都不是我们该引以自豪的,相反,环保一旦成了贫富分界线,倒很值得我们警惕。

(郭钦)

应该为低碳做些朴素的实事

“低碳”这个词现在有点太热了。低碳不是噱头,而是切切实实从思想到行动上的改变,低碳是一种节制,但不会把生活品质降低,应该是越低碳越舒适。很多国家正在实践新的建造方式,用的材料可以直接埋到地里降解,而我们的房子呢?拆下来的材料大都会造成环境污染,这是值得深思的事。

少用一次性筷子、多骑自行车上班是低碳行为,认为在拥挤的城市中开大排量汽车可耻是低碳意识,除此之外,专业人员还应该多在低碳技术上做工作,进行技术引进和研发。既然国外在这

些方面更超前,我们就把更多好的产品引入中国市场,让消费者在低碳行为上有产品支持。同时,我们也应该加大自身的研究力度,很多观点说,“低碳的都是昂贵的”,其实不尽然,低碳更应该是一种朴素的价值观念和行为习惯,我们自己也可以有自己成本很低的低碳产品,就像现在日本最新的节水设计,那种面盆和马桶相连的产品最终的市场售价可能在3万元左右,但在轻舟做的“低碳人家”中,我们用土方法也达到了同样的目的,造价低廉。

(轻舟装饰董事长 陈耕)



生产企业应该为自己的碳排放埋单

有钱买不到新鲜的空气,每当发生沙尘暴的时候,我就有这种想法,环境是需要大家共同关注和保护的,否则富人和穷人一样遭殃。低碳追求的是一种生存环境的舒适,对于每个人而言,低碳是一种良好的可持续的生活方式。

在日本的时候,我住在我的老师家里,他家一进大厅有一个吊灯,拉一下就亮一个灯泡,晚上很黑的时候,只能看清你在什么位置;70

平方米在日本叫大三居,厨房跟客厅是通用的,洗手盆底下就是马桶,直接储存,洗完手的水就可以冲马桶。在德国的时候,我看到了当地人最原始的低碳生活,他们把森林当成绿色银行,很多村庄里的村民告诉我,我们栽了6000多棵树,还有人说我们栽了3万棵树,他们不比财富,比栽树。他们知道,树木对整个气候、整个国家是非常有贡献的。

想发展低碳必须先彻底了解它

在低碳这个问题上,我们不缺概念,缺的是认知度与执行力。低碳绝不是产生与流传于某个小群体的产物,我们有责任让更多人参与进来。对于行业内来讲,不应趁机打着“低碳”的名义占便宜;而对于消费者来讲,也不要一味追求便宜的“低碳”,毕竟所有的家居产品要做到从选材到运输步步低碳,一定要付出比其他产品更高的成本。低碳的概念可以是很宽泛的。

比如,到底何种材质的家具最环保、最低碳?向来被冠以最不环保之名的“塑料”,如果被做成家具,看似与低碳无关了。但是意大利家具Kartell就是用塑料材质,因为是非木质的因而保护了环境,其一次成形的技术既降低了产品的淘汰率,还节省了很多人力资源,更重要的是可以回收再利用。可见,只要在选材、制作、运输和销售等步骤把好关,都可以成为环保和低碳的代



低碳行为与每个人的生活息息相关

空调、冰箱、电视、电脑、电灯、热水器,我们家中多数的日常用品都存在耗能,你或许能找到一种有效降低室内能耗的方法或产品,但却无法让其在本质上低碳。低碳是谁的事?如果把这个问题丢给我,我会告诉你,或许目前低碳还只是小部分人的事,但时间久了,会有

更多人站出来,为低碳做贡献。有研究表明,在家居环境中,如果人们日常的低碳行为得当,节能减排指数绝不低于房屋建造时的节能数字。少开车多走路,少用塑料袋多用环保袋,少制造垃圾多做旧物回收,这些都是低碳行为,但现在不少消费者有了低碳的意

识,但不知道如何将低碳更多地融入生活。简单来说,就像是你今天没开车,却搬回家一台60寸的电视;你今天带着环保袋去购物,却忘了关家中的空调,这种“局部低碳”的做法应该避免。

(森德暖通设备有限公司总经理 郭占庚)

式家具的木材利用率非常高,像爱格这样的板材,利用率几乎能达到百分之百,树皮、树杈基本上都燃烧发电。树木粉碎,然后做成板材,只需要三个工序,生产过程越简单,对环境的友好程度就越高。再加上这种产品可以DIY自己组装,更可以定做,不会浪费空间,这些都是有利于环境的。

(德中爱格地板(北京)有限责任公司董事长 钟红文)

别让“叠加效应”破坏低碳行为

低碳与环保虽然不同,却有近乎相同的地方,相比低碳,环保的普及程度更高,也更深入人心一些。我认为,想让一个新的、对环境与人类友好的概念被大众所接受,观念的提炼,教育的力量与宣传的手法都很重要。首先,要让大家都知道低碳观念可以带给世界、国家及个人更多舒适的环境保障;其次,教育要从孩子做起,让他们意识到浪费与过度耗能是可耻的行为;最后,媒体则要在正确的时候给予客观、实际的报道,令更多消费者了解低碳行为是怎么回事,是在做什么。

在家居生活中,尽量选择环保的装修材料及环保的日常用品,我们希望能环保与低碳做点贡献,或者说,我们希望自己和家人能生活在更健康的环境中。然而,总有些不尽如人意的地方,给低碳行为打了折扣,例如,装修材料的叠加效应。

其实,许多商家也尽力制造更环保的东西,不过始终逃不过“叠加效应”的困扰。比如涂料,刷在50平方米房间里和刷在500平方米房间里,所产生的污染指数也绝对是有本质区别的。光是涂料就已经无法逃脱“叠加效应”了,更何况众多其他的建材产品呢?我们毕竟休息、吃住在一个并不大的房间里,如果想避开“叠加效应”,就应该尽量去选择那些更环保的材料,并且有节制地使用材料,这也是一种节约。

(梅菲特(北京)涂料有限公司董事长 喻恒)



科技低碳产品大多给少数有钱人享用;而低收入群体又绝不会为高价位的低碳产品埋单;而对于大量中产消费群体来讲,他们想为低碳付出一点力,却常由于价格及市场混乱等原因望而却步。因此,如果想把低碳做得扎实稳健,又出效果,决不能忽略60%左右的中间层,他们正亟待享受低碳。

(空享生活设计工作室 CEO 卜天)